CANADEXPORT

www.canadexport.gc.ca

Volume 23 > Numéro 20

14 décembre 2005

Chicago, une ville que j'aime

De par sa situation géographique stratégique dans le Midwest américain et l'importance vitale de son infrastructure des transports, Chicago est le cœur des affaires des États-Unis. Elle est la 3e ville en importance aux États-Unis (derrière Los Angeles et New York) et compte 9,1 millions d'habitants. Ville affairée, où les journées n'ont que 24 heures comme ailleurs, ses deux aéroports gèrent 3 200 vols par jour, soit 88 millions de passagers par an! Elle a tout : théâtres, architecture de premier ordre, équipes sportives professionnelles, festivals, sites historiques, collections d'œuvres d'art exceptionnelles, attractions naturelles et artificielles, et bien plus encore.

L'incomparable tour Sears, située en plein cœur du quartier des affaires de Chicago.

La culture, l'art et la musique font palpiter la *Windy City* (la ville des vents) et ses gratte-ciel au rythme de multiples festivals de jazz, de théâtre, de blues et autres manifestations culturelles. Mais ce sont l'aplomb et la hardiesse qui caractérisent le milieu des affaires de cette ville, que viennent toutefois tempérer une modestie, une éthique du travail et une courtoisie propres au Midwest. Tout de même, les gens d'affaires sont déterminés et exigent qualité et fiabilité, ces attributs que possèdent de nombreux produits et services canadiens.

Ce marché présente d'infinis débouchés pour les exportateurs canadiens. À elle seule, l'activité économique de Chicago représente 350 milliards de dollars par an, plus que la Suisse ou Taïwan. Elle est mue par plus de 4,15 millions d'emplois et 205 000 entreprises. La région des trois États (formée par l'Illinois, le Wisconsin et le Missouri) compte

voir page 4 - Chicago

3M à la recherche de technologies canadiennes

Le consulat général du Canada à Minneapolis collabore avec la société 3M de St. Paul, au Minnesota, dans le cadre d'un projet visant à repérer les technologies de pointe au Canada qui pourraient se révéler importantes pour l'avenir de 3M. La société a fourni au consulat une liste de domaines d'intérêt liés à la plateforme technologique de 3M ainsi qu'une description détaillée de sphères d'activité particulières.

On a invité le consulat à communiquer cette liste à des organisations canadiennes, notamment aux chercheurs universitaires, aux organismes de transfert de technologies, aux entreprises de l'industrie technologique et aux laboratoires gouvernementaux au Canada en vue de déterminer les technologies dans lesquelles le Canada jouit d'un avantage indéniable à l'échelle internationale. Idéalement, cette démarche pourrait déboucher sur l'exploitation de technologies par 3M, en vertu d'une licence ou d'un brevet, ou sur d'autres formes de collaboration avec cette société, qui figure au palmarès du magazine *Fortune* 500.

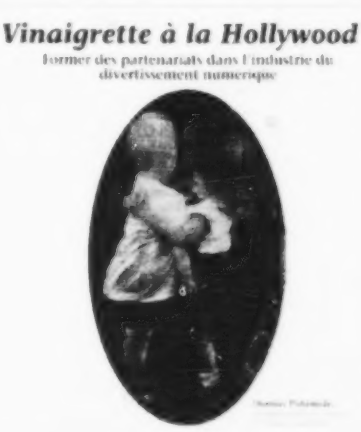
voir page 2 - Technologies canadiennes

2007-01894/

Divertissement numérique à Hollywood : défis et tendances

Los Angeles, Californie > Pour livrer concurrence à l'échelle internationale, les entreprises se doivent d'établir des liens de collaboration en dehors des cadres d'affaires traditionnels. À plusieurs égards, la survie d'une entreprise repose sur les relations stratégiques que celle-ci établit avec ses partenaires mondiaux. Il est donc toujours utile de disposer des outils appropriés lorsqu'il s'agit d'envisager des partenariats dans le monde des affaires. Ces observations s'appliquent autant au secteur du divertissement numérique qu'à d'autres secteurs.

Dans ce contexte, le consulat général du Canada à Los Angeles a annoncé la publication d'une étude de marché intitulée *Vinaigrette à la Hollywood : Former des partenariats dans l'industrie du divertissement numérique* (ISBN-0-662-68954-2).



On y examine les orientations prises par certains des plus grands concepteurs hollywoodiens de jeux vidéo ordinaires et de jeux vidéo pour téléphones cellulaires. La lecture de cette étude profitera aux gens d'affaires canadiens qui souhaitent être au fait des défis auxquels feront face ces concepteurs et des tendances technologiques du secteur des médias numériques.

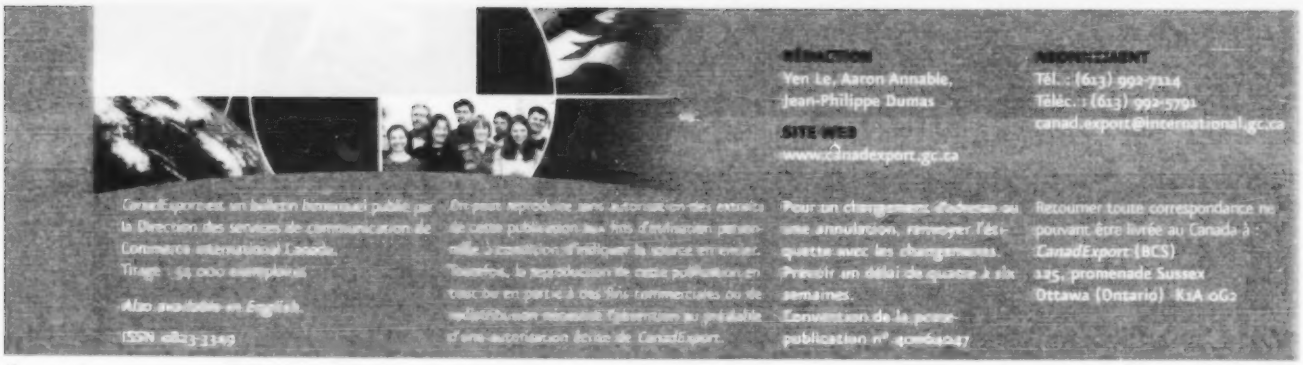
Pour de plus amples renseignements ou pour commander un exemplaire (offert gratuitement aux résidents canadiens, sans frais d'expédition), communiquez avec le consulat général du Canada à Los Angeles, courriel : caaz.info@international.gc.ca, ou visitez le site Web www.hollywoodv.com/accueil.htm.

[illegible] suite de la page [illegible]

Les intéressés peuvent indiquer à quels secteurs de la plateforme technologique de 3M correspondent leurs propres technologies et capacités et fournir au consulat ou à l'Alliance canadienne des technologies avancées des articles publiés, des dossiers de présentation ou des brevets pertinents. Une fois recueillies, les propositions seront examinées par 3M qui jugera, en fonction de l'intérêt qu'elles présentent, les propositions qui feront l'objet d'un suivi, au moyen de téléconférences, de vidéoconférences ou de visites des lieux dans le but de déterminer la forme de collaboration qui convient le mieux.

Les entreprises et les chercheurs canadiens sont également invités à présenter d'autres technologies et capacités qui, même si elles ne figurent pas sur la liste de 3M, répondent toutefois à des critères internationaux et mériteraient d'être portées à l'attention de 3M pour une évaluation et une analyse semblables.

Renseignements : Murray Hardie, délégué commercial, consulat général du Canada à Minneapolis, tél. : (612) 333-4641, courriel : murray.hardie@international.gc.ca, ou Cathi Malette, Alliance canadienne des technologies avancées, courriel : cmalette@cata.ca.



CanadExport, un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication du Commerce international Canada.
Tirage : 34 000 exemplaires
Also available in English.
ISSN 0823-3349

Il est permis de reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'information personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

RÉDACTION
Yen Le, Aaron Annable, Jean-Philippe Dumas

SITE WEB
www.canadexport.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication n° 40064047

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
canad.export@international.gc.ca

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à : *CanadExport* (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Profil économique : Chicago

Avec son PIB de plus de 850 milliards de dollars américains, la région formée des trois États de l'Illinois, du Wisconsin et du Missouri demeure un marché stratégique pour le Canada. Les 23,4 millions d'habitants de ce territoire aux marchés diversifiés et sophistiqués forment un important bassin de consommateurs, dont le revenu individuel est l'un des plus élevés aux États-Unis. En 2004, les exportations canadiennes de marchandises vers ce marché se sont élevées à 35 milliards de dollars, une hausse de 6,58 % par rapport à 2003, qui a été une année record en dollars de l'époque. Le Canada y exporte principalement des produits énergétiques (pétrole et gaz), des produits et des pièces automobiles, du bois et des produits du bois, de la machinerie et des produits de plastique. Le Canada représente le premier marché étranger de la région, chaque État lui destinant 33 % de ses exportations, en moyenne.

Un emplacement stratégique

La région métropolitaine de Chicago, la 3e en importance aux États-Unis, occupe une situation stratégique, à moins d'une journée de route de 50 % des capacités de production industrielle américaines et de deux journées de route de 75 % des consommateurs américains. Pivot du réseau de transport, Chicago est desservie par cinq des six chemins de fer de catégorie 1 et constitue une plaque tournante névralgique pour le Canadien National. L'achalandage des deux aéroports de la région, O'Hare et Midway, est comparable à celui d'autres grands aéroports internationaux.

Chicago est aussi un important pôle pour les foires commerciales et les réunions en Amérique du Nord, ses principaux centres de congrès — le McCormick Place, le Rosemont Convention Center et le Merchandise Mart — attirant un flot régulier de salons professionnels. Centre financier de premier plan, Chicago compte le Chicago Mercantile Exchange, le Chicago Board of Trade, le Chicago Stock Exchange, de grandes sociétés de capital de risque et des banques internationales. Toutes les grandes banques canadiennes y sont présentes, notamment BMO Services financiers par l'intermédiaire de sa filiale Harris Bank.

Un géant industriel

Ces trois États forment une importante région manufacturière. À lui seul, l'Illinois compte plus de 18 000 fabricants, dont la moitié sont établis à Chicago. Siège de 56 des 500 sociétés les plus importantes d'après le magazine *Fortune 500*, la région est aussi la capitale nord-américaine de la production agricole et de la transformation alimentaire, représentée par des géants tels qu'Archer-Daniels-Midland, Quaker Oats (maintenant PepsiCo), Sara Lee, Dean Foods (maintenant Suiza), Kraft et McDonald's. Les ventes d'aliments et de boissons y ont dépassé 25 milliards de dollars en 2003.

Les sciences de la vie et la recherche médicale sont également deux secteurs majeurs dans chacun de ces trois États, où sont installées de grandes entreprises telles que Abbott & Baxter et où on trouve de solides réseaux de recherche dans 60 universités. Le Midwest possède aussi une riche industrie de télécommunications et d'électronique. Par ailleurs, le secteur des technologies d'information se remet de façon soutenue.

Sciences et technologies (S et T)

Le secteur des S et T présente un grand potentiel. Le Illinois Medical District est le plus grand groupement de nouvelles entreprises de recherche médicale et de sciences de la vie aux États-Unis. L'Illinois Coalition, groupe sans but lucratif militant pour le développement économique fondé sur les sciences, canalise ses efforts sur la nanotechnologie et l'économie de l'hydrogène, deux domaines où le Canada s'impose de plus en plus. Le Gas Technology Institute fait quant à lui œuvre de pionnier dans la recherche sur les piles à hydrogène ainsi que sur l'équipement et les systèmes énergétiques. Le domaine de la biotechnologie agricole présente beaucoup de potentiel du fait de la présence de centres comme le Danforth Plant Science Center, à St. Louis, et de sociétés de premier plan telles qu'ADM, Monsanto et Corn Products International.

Renseignements : Service des délégués commerciaux du Canada à Chicago, tél. : (312) 616-1860, courriel : chcgo-td@international.gc.ca, site Web : www.chicago.gc.ca.

Équipe Canada Atlantique retourne dans la « ville des vents »

Chicago, Illinois > Équipe Canada Atlantique (ECA), fruit d'un partenariat entre des ministères fédéraux et les quatre provinces de l'Atlantique, a organisé en octobre une mission commerciale très réussie sur le marché du grand Chicago. Cette mission fait suite à une 1re mission qui s'était déroulée en avril 2005 et qui avait également remporté beaucoup de succès.

La délégation canadienne pose pour une photo de groupe lors de la 2e mission d'Équipe Canada Atlantique à Chicago.

La mission d'octobre était dirigée par le sénateur James Cowan, le ministre des Affaires Peter Mesheau (Nouveau-Brunswick), le ministre du Développement et des Technologies Michael Currie (Île-du-Prince-Édouard), le sous-ministre adjoint du Commerce et de l'Investissement William MacKenzie (Terre-Neuve-et-Labrador) et le PDG de NS Business Inc. Stephen Lund (Nouvelle-Écosse). Y ont participé des fonctionnaires et des représentants d'une trentaine de sociétés. Au total, 189 réunions interentreprises ont eu lieu. Le consulat général du Canada à Chicago a apporté sa collaboration tout au long de l'organisation de la mission : planification, établissement du calendrier, exécution et suivi.

Parmi les activités au programme notons des séances d'information sur le marché, des échanges avec des dirigeants américains et une table ronde sur la commercialisation des innovations, des sciences et des technologies. Selon des rapports provisoires, les entreprises participantes ont conclu des ventes, établi de bons contacts et se sont familiarisées avec les possibilités du marché. Le consulat maintiendra sa collaboration avec ECA pour faire en sorte que les entreprises de la région de l'Atlantique exploitent tous les débouchés offerts et reçoivent les services-conseils ainsi que les services d'assistance et de représentation auxquels elles ont droit.

ECA a organisé sa 1re mission commerciale en 1999 et en a actuellement une dizaine à son actif, pour des ventes totales de 36 millions de dollars. Le *modus operandi* d'ECA est le suivant : organiser deux missions commerciales sur le même marché à six mois d'intervalle et organiser des visites de suivi effectuées par chacune des délégations provinciales. Le prochain marché que ciblera ECA est la Floride, en mai 2006.

Renseignements : Maurice Egan, consul adjoint et délégué commercial principal, consulat général du Canada à Chicago, courriel : maurice.egan@international.gc.ca, site Web : www.chicago.gc.ca ou www.equipecanadaatlantique.com.

(suite de la page 1)

23,4 millions d'habitants et affiche un PIB de 850 milliards de dollars, que tient en équilibre un énorme secteur agricole réunissant 255 000 exploitations. Chicago est la plaque tournante des conteneurs intermodaux de l'hémisphère occidental : leur volume y est deux fois plus élevé qu'à Los Angeles et cinq fois plus élevé qu'à New York. Qui l'aurait cru?

En 2004, les exportations canadiennes à destination du grand Chicago se sont chiffrées à 35 milliards de dollars. Cet impressionnant volume des échanges est soutenu par un bon nombre de grandes entreprises canadiennes particulièrement actives sur le marché de Chicago. Le succès des PME ne doit toutefois pas être passé sous silence. En fait, si le produit ou le service est de qualité supérieure, qu'il est vendu à un prix concurrentiel et que sa fiabilité a été éprouvée, il trouvera acheteur à Chicago. Si le milieu des affaires de cette ville plurielle ne peut être qualifié d'excentrique, ses protagonistes n'en sont pas moins avertis et exigeants. Par ailleurs, les gens y sont amicaux et ont les pieds bien sur terre.

Pour de plus amples renseignements sur la façon de faire des affaires à Chicago, communiquez avec le consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 616-1860, courriel : chcgo-td@international.gc.ca, site Web : www.chicago.gc.ca.

Pleins feux sur les délégués commerciaux

« Le progrès rapetisse la terre et grandit l'homme. »
— Victor Hugo

Acteurs primordiaux de Commerce international Canada, hommes et femmes de terrain, les délégués commerciaux forgent les alliances et réseaux internationaux essentiels à la prospérité économique du Canada. Qui sont-ils et comment aident-ils les entreprises canadiennes au quotidien?

Un réseau mondial de connaissances

Il y a plus de 900 délégués commerciaux répartis aux quatre coins du monde. À l'étranger, ils jouent depuis plus d'un siècle un rôle essentiel, en projetant du Canada l'image d'un pays moderne et dynamique. Au pays, d'un océan à l'autre, ils constituent un foyer de connaissances et d'expertise de premier plan, favorisant ainsi l'atteinte des objectifs internationaux du gouvernement canadien.

Un monde d'activités

Les tâches des délégués commerciaux sont aussi multiples et variées que le cadre économique toujours en mouvance dans lequel ils œuvrent. Qu'il s'agisse d'aider une petite entreprise à évaluer le potentiel d'un marché en particulier, une grande société à se trouver des partenaires étrangers, un investisseur à repérer des contacts locaux ou encore de contribuer au bon déroulement de négociations en vue de la conclusion d'un accord commercial multilatéral, les délégués commerciaux sont toujours prêts à intervenir. Leur créativité, leur esprit d'innovation et leur souci de l'excellence sont quotidiennement mis à contribution dans un milieu dynamique et exigeant qui demande une grande faculté d'adaptation.

Le journal d'un délégué commercial

Voici quelques extraits d'une journée-type d'un délégué commercial, telle que décrite par un délégué commercial principal.

- 8 h : Cérémonie d'ouverture d'une exposition. Il s'agit de l'occasion idéale pour créer des réseaux avec les représentants politiques et commerciaux locaux.
- 9 h 30 : De retour au bureau, recherche d'information sur une entreprise locale, faisant suite à la demande d'un exportateur canadien.
- 10 h 30 : Discussion sur notre visite à un salon commercial international et sur les occasions qui en découleront pour les entreprises canadiennes. Seconde discussion quant à une mission commerciale d'entreprises locales partant vers l'Ontario et le Québec, organisée avec diverses autorités provinciales canadiennes.
- 13 h : Avec nos confrères d'autres pays, préparation d'une visite d'information conjointe dans une province du pays hôte.
- 14 h 30 : Suite apportée à des demandes d'information commerciale. Parmi elles, une demande sur les exportations de logiciels informatiques dans le pays, reçue par le biais du Délégué commercial virtuel, et une firme locale s'enquérant des contingents à l'exportation de vêtements au Canada.
- 16 h : Concertation avec un comité de promotion du commerce local quant à l'embauche d'un stagiaire canadien.
- 16 h 45 : Rencontre avec les représentants d'une entreprise canadienne en voyage d'affaires. Suivi de leur plan d'exportation, préparation de rencontres avec des acheteurs locaux.
- 17 h 50 : Dernier tour des bureaux avant de partir à une réception donnée en l'honneur d'une mission commerciale canadienne dans le pays, qui sera le clou d'une journée bien remplie!

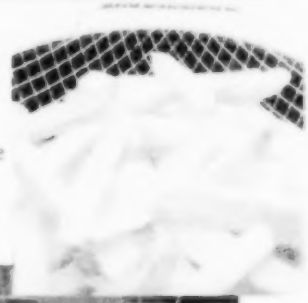
À toute heure, en tout lieu, à votre service

Dans ce monde où les pays sont de plus en plus interdépendants, les délégués commerciaux servent de guide aux Canadiens désireux de s'attaquer à un marché mondial complexe et en rapide évolution. Ils font le pont entre la culture et l'expertise des entreprises canadiennes et leurs pendants à l'étranger. À toute heure, quelque part dans le monde, un délégué commercial met en œuvre ce qui lui tient le plus à cœur : le maintien et l'accroissement de la prospérité économique canadienne.

Pour rencontrer les délégués commerciaux par l'intermédiaire de votre délégué commercial virtuel, rendez-vous à

JOIGNEZ-VOUS AU PAVILLON DU CANADA À FOOD AND HOTEL ASIA 2006, VOTRE ACCÈS AUX MARCHÉS ASIATIQUES

Du 25 au 28 avril 2006 au centre Singapore Expo



- Le salon Food and Hotel Asia (FHA) constitue la principale manifestation commerciale internationale sur l'alimentation et le tourisme d'accueil en Asie.
- Organisé tous les deux ans, ce salon a battu en 2004 tous les records de participation précédents avec 37 000 visiteurs provenant de 98 pays, principalement de l'Asie du Sud-Est, de la Chine et de l'Inde.
- On compte 550 millions de consommateurs en Asie du Sud-Est avec un nombre de consommateurs fortunés à la hausse. On s'attend à ce que les économies de la région enregistrent un taux de croissance de plus de 5 %, dépassant ceux de la plupart des marchés mondiaux.

AVANTAGES POUR LES EXPOSANTS

- Des visites commerciales accompagnées dans la région offertes exclusivement aux exposants.
- Des rencontres commerciales particulières avec des distributeurs potentiels.
- Un pavillon du Canada renouvelé offrant un soutien de premier ordre et des services sur place.

Pour de plus amples renseignements, rendez-vous à **http://ats-sea.agr.ca/events/4020_f.htm**.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les modalités d'exposition au sein du pavillon du Canada à FHA 2006 ou sur les marchés de l'Asie du Sud-Est, veuillez communiquer avec Stéphanie Parisien, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7896, courriel : **parisienst@agr.gc.ca**.

Le Canada s'affiche à EXPO COMM MEXICO

Mexico, du 14 au 17 février 2006 > Les entreprises canadiennes dans le secteur des technologies d'information et de communication (TIC) sont invitées à participer à EXPO COMM MEXICO 2006, l'exposition-conférence de technologies de télécommunications, de sans fil, de réseautage et d'Internet la plus importante au Mexique. L'an dernier, cette manifestation avait attiré plus de 23 000 visiteurs, 285 exposants et des représentants de 107 entreprises internationales.

L'ambassade du Canada au Mexique et Commerce international Canada invitent les exportateurs canadiens à se joindre, à titre d'exposants, au pavillon du Canada à EXPO COMM. Tout comme en 2005, l'objectif du pavillon du Canada est de maximiser la visibilité des entreprises canadiennes ainsi que les débouchés d'affaires. Les services complémentaires suivants, entre autres, permettront aux exposants d'utiliser au mieux leur temps et leurs ressources :

- des séances d'information sur le marché mexicain des TIC;
- des possibilités de réseautage avec des entreprises mexicaines;
- des renseignements commerciaux sur le marché;
- des rencontres particulières avec des représentants de la Direction commerciale de l'ambassade;
- une trousse d'information;
- des services de jumelage (à un coût de 200 $).

Des services de jumelage sont également offerts aux entreprises canadiennes qui n'exposent pas au pavillon du Canada, à un coût de 450 $. Les demandes doivent être soumises au plus tard le 10 décembre 2005.

Renseignements : Guillermo Larios, ambassade du Canada à Mexico, tél. : (011-5255) 5724-7937, courriel : guillermo.larios@international.gc.ca, ou Andrea Scholtes, Commerce international Canada, tél. : (613) 944-2780, courriel : andrea.scholtes@international.gc.ca, site Web : www.expocomm.com/mexico.

Le pavillon du Canada est prêt pour la foire chevaline de Dubaï

Dubaï, Émirats arabes unis, du 26 au 29 mars 2006 > Il y aura encore une fois un pavillon du Canada à la **Dubai International Horse Fair**, qui aura lieu au World Trade Centre de Dubaï en mars 2006. La foire, qui a pour thème principal le matériel, les services et les produits de soins pour chevaux, est une des principales foires au Moyen-Orient pour l'industrie chevaline.

En 2005, la foire a accueilli 133 entreprises de 16 pays et a attiré plus de 6 000 visiteurs. Le matériel et les services destinés aux propriétaires de chevaux, aux écuries, aux clubs et aux installations de loisirs, les vêtements et accessoires d'équitation, les remorques et les véhicules transporteurs, les écuries, l'élevage, la reproduction, les produits vétérinaires, les associations équestres et les produits d'alimentation et de nutrition équines sont autant de sujets mis en valeur à cette foire. Il s'agit donc d'une occasion sans pareille pour les entreprises et les organisations du secteur de rencontrer des visiteurs régionaux et internationaux dans tous ces domaines.

Le pavillon du Canada offrira des stands de 9m² au coût de 3 317 $, ce qui comprend l'espace d'exposition, l'aide sur place de représentants du gouvernement canadien, les éléments structuraux du stand et les accessoires. Premier arrivé, premier servi.

Renseignements : Venky Rao, agent des ventes canadien, tél. : (905) 896-7815, courriel : dwtc@rogers.com, ou Tracy Mortenson, déléguée commerciale, consulat du Canada à Dubaï, tél. : (011-971) 4-314-5507, courriel : tracy.mortenson@international.gc.ca, site Web : www.dihf.ae.

La Thaïlande accueille un important salon de l'environnement

Bangkok, Thaïlande, du 6 au 9 juillet 2006 > Appuyée par le ministère thaïlandais des Ressources naturelles et de l'Environnement ainsi que l'Association du génie de l'environnement, **Entech Pollutec Asia 2006** est l'une des plus grandes foires commerciales de la Thaïlande sur l'environnement. Cette manifestation accueillera des exposants de divers sous-secteurs, dont celui des technologies antipollution, celui des technologies de traitement de l'eau, des eaux usées et des déchets solides et celui des technologies associées à l'énergie renouvelable.

Renewable Energy Asia 2006, foire inaugurale consacrée aux technologies associées à l'énergie renouvelable, se tiendra au même moment et au même endroit.

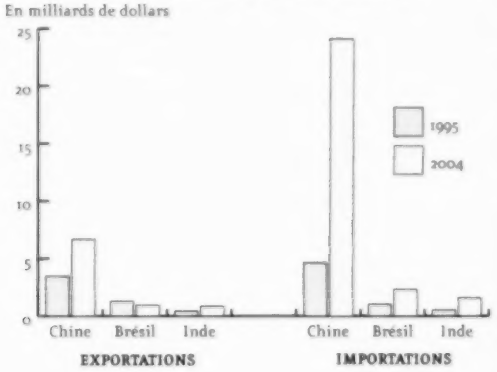
Renseignements : Surin Thanalertkul, délégué commercial, ambassade du Canada en Thaïlande, courriel : bngkk-td@international.gc.ca, site Web : www.thai-exhibition.com/entech.

La Chine, 1er partenaire du Canada parmi les marchés émergents

Les exportations canadiennes de marchandises vers la Chine ont bondi au cours des 10 dernières années, passant de 3,5 milliards de dollars en 1995 à 6,7 milliards de dollars en 2004. Celles vers l'Inde ont presque doublé, passant de 440 à 854 millions de dollars. Les marchandises importées de la Chine par le Canada ont quintuplé, leur valeur ayant progressé de 4,6 milliards de dollars à 24,1 milliards de dollars durant la même période. Les importations canadiennes en provenance de la Chine, qui affichent un taux de croissance annuel de 18 %, sont nettement supérieures à celles qui proviennent du Brésil et de l'Inde. Les importations de ces derniers pays ont aussi augmenté, celles du Brésil ayant plus que doublé et celles de l'Inde étant presque trois fois plus importantes. La Chine occupe aussi une plus grande place dans les importations du Canada : de la 6e source des importations canadiennes qu'elle était en 1995, la Chine est passée au 2e rang en 2004. Ces données montrent que la Chine est au nombre des plus importants partenaires commerciaux du Canada.

Préparé par la Direction de l'analyse commerciale et économique (www.international.gc.ca/eet)

Commerce de marchandises du Canada avec la Chine, l'Inde et le Brésil



Source : Statistique Canada

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Sydney, Australie
Du 31 janvier au 2 février 2006
Assistez à la **Sea Power Conference 2006** organisée par la Royal Australian Navy (RAN), qui aura lieu dans le cadre du Pacific Maritime Congress and Expo. La conférence examinera les divers défis qui se posent aux gens de la marine. On y présentera des conférenciers de différents domaines et de différents horizons.
Renseignements : Greg Luz, délégué commercial, haut-commissariat du Canada en Australie, tél. : (011-61-2) 6270-4000, courriel : greg.luz@international.gc.ca.
Site Web : www.seapower2006.com

Sydney, Australie
Du 31 janvier au 3 février 2006
Réputée pour être la principale manifestation dans le domaine maritime, naval et de la défense de la région, la **Pacific 2006 International Maritime Exposition** réunira les principaux décideurs de l'industrie, du secteur de la défense et des gouvernements.
Renseignements : Greg Luz, délégué commercial, haut-commissariat du Canada en Australie, tél. : (011-61-2) 6270-4000, courriel : greg.luz@international.gc.ca.
Site Web : www.pacific2006.com.au

Tokyo, Japon
Du 21 au 23 février 2006
Tenue en même temps que la Nano Bio Expo, **nano tech 2006** est la plus grande expo-conférence internationale du monde dans le domaine de la nanotechnologie. Elle offrira des possibilités d'affaires incomparables dans ce secteur.
Renseignements : Katsuko Kuroiwa, déléguée commerciale, ambassade du Canada au Japon, tél. : (011-81-3) 5412-6200, courriel : jpn.commerce@international.gc.ca.
Site Web : www.ics-inc.co.jp/nanotech/index_e.html

Tokyo, Japon
Du 17 au 19 mai 2006
BIO EXPO JAPAN 2006 est la plus grande manifestation dans le domaine de la bio-technologie en Asie, avec 500 exposants de 20 pays et plus de 17 000 visiteurs. Elle comprendra une exposition, une conférence et des forums réunissant des universitaires et des gens d'affaires.
Renseignements : Avrom Salsberg, délégué commercial, ambassade du Canada au Japon, tél. : (011-81-3) 5412-6200, courriel : jpn.commerce@international.gc.ca.
Site Web : web.reedexpo.co.jp/bio/english

Amman, Jordanie
Du 3 au 6 avril 2006
Rebuild Iraq 2006 est la plus importante et la plus vaste manifestation commerciale pour la reconstruction de l'Iraq. L'édition de 2005, qui visait les principaux secteurs économiques de l'Iraq, a été un succès et a attiré plus de 1 100 exposants de 44 pays.
Renseignements : Eissa Al Ziyadat, directeur général, Expo Jordan, tél. : (011-962-6) 582-9771, courriel : eziyadat@expojordan.org.
Site Web : www.rebuild-iraq-expo.com

Las Vegas, Nevada
Du 21 au 23 mars 2006
La **Medtrade Spring Exposition & Conference** de 2006 sera une importante activité pour l'industrie des soins de santé à domicile. Des milliers de fournisseurs de produits médicaux, de distributeurs et de représentants s'y réuniront et en profiteront pour acheter.
Renseignements : Chris Major, délégué commercial, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 346-2761, courriel : chris.major@international.gc.ca.
Site Web : www.medtradespring.com

Nuremberg, Allemagne
Du 2 au 7 février 2006
La **Spielwarenmesse International Toy Fair** est la plus grande manifestation commerciale du secteur des jouets, dans lequel les échanges internationaux ne cessent d'augmenter. Une occasion à ne pas manquer pour les fabricants cherchant des acheteurs et distributeurs allemands ou européens.
Renseignements : Frieda Saleh, déléguée commerciale, consulat canadien à Munich, tél. : (011-49-89) 21-99-57-0, courriel : frieda.saleh@international.gc.ca.
Site Web : www.toyfair.de

Munich, Allemagne
Du 16 au 18 juillet 2006
Ne manquez pas **ISPO Summer 2006**, une importante manifestation commerciale dans le secteur des articles et des vêtements de sport, avec plus de 1 000 exposants de 46 pays. Le salon portera plus précisément sur les sports de raquette, le soccer, la forme physique à la nordique et les sports nautiques.
Renseignements : Frieda Saleh, déléguée commerciale, consulat du Canada à Munich, tél. : (011-49-89) 21-99-57-0, courriel : frieda.saleh@international.gc.ca.
Site Web : www.ispo.de

Friedrichshafen, Allemagne
Du 23 au 26 juillet 2006
Outdoor est la principale foire commerciale d'Europe dans le domaine des vêtements et du matériel de plein air. Ce secteur offre d'importants débouchés aux exportateurs canadiens, qui pourraient songer à Outdoor comme un moyen idéal pour pénétrer le marché européen.
Renseignements : Frieda Saleh, déléguée commerciale, consulat du Canada à Munich, tél. : (011-49-89) 21-99-57-0, courriel : frieda.saleh@international.gc.ca.
Site Web : www.european-outdoor.de/html/de

Le Service de renseignements de Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : 1 800 267-8376 (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : enqserv@international.gc.ca, site Web : www.international.gc.ca

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication nº 40064047